

“Cada vez mais,
a moda portuguesa
ganha expressão, mesmo
a nível internacional”

ODARA

ESPÍRITO LIVRE

Criar consciência e valorizar aquilo que nos é deixado pela natureza, numa atitude onde vestir é sentir. É este o principal ADN de Odara, a marca que convida à liberdade...

Diogo Raposo Pires, um dos fundadores, em entrevista

TEXTO: LEONOR ANTOLIN TEIXEIRA
FOTOGRAFIA: MARIANA RODA @BRANDFIRE
PRODUÇÃO E STYLING: DIOGO RAPOSO PIRES
MAQUILHAGEM: EDUARDO ESTEVAM

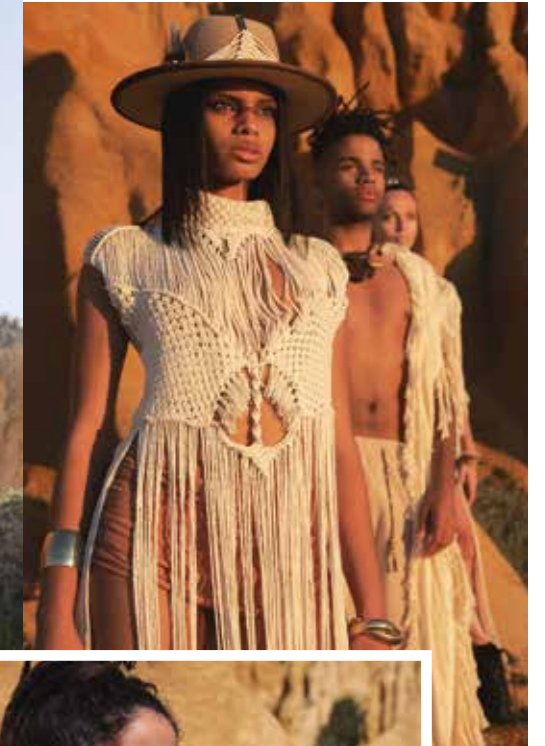
Como surgiu a marca e porquê?
A marca surge numa viagem de dois amigos, Diogo Raposo Pires, editor de moda e *stylist*, e Clara Gonçalves, CEO de duas empresas do ramo da moda e apaixonada por espiritualidade, a um dos maiores portais energéticos, Tulum, no México, onde o cuidado com a mãe natureza e a conexão com a mesma fazem parte da magia de quem para ali viaja. Os cenários decorativos dos lugares que encantam quem por lá passa estiveram na base de inspiração para este projeto.

Como pode definir a marca?
A Odara é uma marca que procura vestir com experiência, que leva um significado para além do belo a uma peça... Chamemos-lhe “vestir com in-

tenção de sentir”, sentir os detalhes do que é feito à mão e, maioritariamente, em exclusivo.

Qual o seu ADN?
O nosso ADN é criar com consciência, transmitindo os valores que a *pachamama* (mãe natureza) nos pede, mesmo que de uma forma silenciosa.

Há um público-alvo? Alguém em quem pensaram, quando criaram a marca?
A marca nunca foi pensada para um público-alvo, temos vindo a criar uma comunidade magnífica, de pessoas que sentem a magia das nossas peças. Porém, o principal objetivo que temos com a marca – que foi criada e é gerida como um *hobby* – é atingirmos um público consciente e que esteja atenta ao *slow fashion*. O nosso desejo é que a Odara desperte todos nesse sentido, com amor e bom gosto.



Como são confeccionadas as peças? E onde?

As peças são confeccionadas pelas nossas artesãs. A Andrea Soares cria tudo o que é produzido com macramê em algodão orgânico e a Rafaela Pires personaliza os nossos chapéus com materiais reciclados.

A moda portuguesa está a arriscar mais?

As pessoas têm, hoje, menos medo de usarem peças mais arrojadas, como é o caso da linha de peças Odara?

A moda tornou-se cada vez mais acessível a todos. Hoje, as pessoas arriscam mais e, cada vez mais, utilizam peças que sejam também um reflexo da sua personalidade e estado de espírito.

Estamos a evoluir nesse sentido?

Sim, estamos cada vez mais a evoluir nesse sentido, cada vez mais sentimos que as pessoas têm menos medo de arriscar.

Quais têm sido as dificuldades ou os obstáculos em termos de chegada ao mercado?

O medo é um inimigo do ser humano. A Odara foi criada com amor e sem quaisquer expectativas. Por

“A moda tornou-se cada vez mais acessível a todos. Hoje, as pessoas arriscam mais e, cada vez mais, utilizam peças que sejam também um reflexo da sua personalidade e estado de espírito”



isso, pensamos que tudo flui tão bem...

Há espaço para todos, em termos de marcas?

Sim, todos podemos ter o nosso espaço desde que respeitemos o espaço dos outros.

É difícil ter sucesso no mercado, quando se aborda o panorama da moda nacional?

Penso que não. Cada vez mais, a moda portuguesa ganha expressão, mesmo a nível internacional.

Que inspirações para a criação desta marca?

Tulum, amor e sorrisos.

Objetivos de futuro têm?

Mais do que peças de vestuário, a Odara tem como objetivo uma vertente holística, a conexão e o enraizamento do ser humano... Vamos criar retiros com grandes mestres espirituais, queremos, no próximo ano, criar um festival Odara, com várias dinâmicas: música, dança, yoga, meditação, etc. No fundo, expandir o que Tulum e aquela viagem nos mostrou. Experimentámos algo que nos enriqueceu interiormente e, inevitavelmente, isso reflete-se no exterior e na forma como passámos a viver. ●



“O principal objetivo que temos com a marca – que foi criada e é gerida como um hobby – é atingirmos um público consciente e que esteja atenta ao slow fashion. O nosso desejo é que a Odara desperte todos nesse sentido, com amor e bom gosto”